

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
RIWAYAT HIDUP.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8
1.4.1 Kegunaan Praktis	9
1.4.2 Kegunaan Akademik.....	9
1.5 Tinjauan Pustaka	9
1.5.1 Penelitian Terdahulu	10
1.5.2 Landasan Pemikiran.....	18
1.6 Langkah Penelitian.....	23
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	23
1.6.2 Paradigma Penelitian.....	23
1.6.3 Pendekatan Penelitian	24
1.6.4 Metode Penelitian.....	25
1.6.5 Sumber Data.....	25

1.6.6 Teknik Pemilihan Informan	26
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data	27
1.6.7 Analisis Data	28
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi Pemasaran	31
2.1.1 Definisi Komunikasi Pemasaran	31
2.2 Konsep 4 P	32
2.2.1 <i>Product</i> (Produk)	32
2.2.2 <i>Price</i> (Harga)	34
2.2.3 <i>Place</i> (Distribusi)	36
2.2.4 <i>Promotion</i> (Promosi)	37
2.3 Loyalitas Pelanggan	38
2.3.1 Definisi Loyalitas	39
2.3.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	40
2.3.3 Merancang dan Menciptakan Loyalitas	41
2.3.4 Merancang dan Menciptakan Loyalitas	42
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
3.1 Profil Tranmart Carrefour	43
3.1.1 Sejarah Transmart Carrefour	45
3.1.2 Visi, Misi, dan Budaya Transmart Carrefour	48
3.1.3 Struktur Organisasi Transmart Carrefour	50
3.1.4 Logo Transmart Carrefour	51
3.2 Profil Infoman	52
3.3 Hasil Penelitian	53
3.3.1 Proses Komunikasi Pemasaran Transmart Carrefour Cipadung dalam Menjalinkan Loyalitas Pelanggan	53
3.3.2 Proses Memasarkan <i>Product</i> pada Transmart Carrefour Cipadung	58
3.3.3 Proses Menentukan <i>Price</i> pada Transmart Carrefour	

Cipadung	64
3.3.4 Proses Merencanakan <i>Place</i> pada Transmart Carrefour	
Cipadung	70
3.3.5 Proses Membuat <i>Promotion</i> pada Transmart Carrefour	
Cipadung	73
3.4 Pembahasan	75
3.4.1 Proses Komunikasi Pemasaran Transmart Carrefour Cipadung dalam Menjalinkan Loyalitas Pelanggan	75
3.4.2 Proses Memasarkan <i>Product</i> pada Transmart Carrefour	
Cipadung	77
3.4.3 Proses Menentukan <i>Price</i> pada Transmart Carrefour	
Cipadung	78
3.4.4 Proses Merencanakan <i>Place</i> pada Transmart Carrefour	
Cipadung	79
3.4.5 Proses Membuat <i>Promotion</i> pada Transmart Carrefour	
Cipadung	81
BAB IV PENUTUP	
4.1 Kesimpulan	82
4.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1:	Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1:	Profil Informan	64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1:	Struktur Organasasi Transmart Carrefour	62
Gambar 3.2:	Logo Transmart Carrefour	63



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Surat Izin Permohonan Izin Riset/Survey/Konsultasi
- Lampiran 2: Surat Keputusan
- Lampiran 3: Surat Balasan
- Lampiran 4: Pedoman Wawancara
- Lampiran 5: Data Proses Bimbingan Skripsi
- Lampiran 6: Dokumentasi Bersama Informan I
- Lampiran 7: Dokumentasi Bersama Informan II





RIWAYAT HIDUP

Mohamad Hikmatiar, lahir di Bekasi 26 Desember 1994. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara, anak dari Bapak Kardiawan dan Ibu Marmiati. Yang Beralamat di Jalan Guntur Raya No. 1 Komp. Cevest D 34 RT 001/019, Kayuringin Jaya, Bekasi Selatan, Kota Bekasi, Jawa Barat. Kode pos: 17144. Penulis menyelesaikan pendidikan pendidikan SD di SDN Kayuringin Jaya XVI, lulus tahun 2007, SMP Martia Bhakti lulus tahun 2010, kemudian menyelesaikan di SMAN 8 Bekasi lulus tahun 2013.

Kemudian melanjutkan pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi Hubungan Masyarakat Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung , sejak 2013 sampai dengan 2017. Penulis aktif dalam berorganisasi intra kampus, sebagai anggota bidang pengembangan aparature organisasi cabinet KPK Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ Humas periode 2015-2016).

